

**STRATEGI PENGEMBANGAN PEMASARAN UMKM  
(Studi Kasus Pada UMKM Pengrajin Teh Secang di Desa Sidamulih  
Kabupaten Banyumas)**



**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Prof. Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto  
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)**

**Oleh:  
Mega Dita Pradana  
1717201159**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI  
PURWOKERTO  
2022**

## **STRATEGI PENGEMBANGAN PEMASARAN UMKM**

**(Studi Kasus Pada UMKM Pengrajin Teh Secang  
di Desa Sidamulih Kabupaten Banyumas)**

**Mega Dita Pradana**  
**NIM. 1717201159**

Email: megaditap@gmail.com

Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

### **ABSTRAK**

UMKM memberikan kontribusi yang cukup besar bagi pembangunan ekonomi Negara, karena perkembangannya yang cukup pesat dan sumbangsuhnya terhadap kesejahteraan masyarakat. Sama halnya seperti UMKM Teh Secang di Desa Sidamulih yang merupakan sumber mata pencaharian sebagian masyarakat sekitarnya. Pengembangan UMKM perlu ditingkatkan dan hambatan-hambatan dalam pengembangannya perlu diatasi agar UMKM bisa terus berkontribusi dalam perekonomian masyarakat. Perumusan masalah dalam penelitian ini ialah bagaimana faktor-faktor yang melatarbelakangi penerapan strategi pengembangan pemasaran UMKM pengrajin teh secang di Desa Sidamulih Kecamatan Rawalo Kabupaten Banyumas? Bagaimana penerapan strategi pengembangan pemasaran UMKM pengrajin teh secang di Desa Sidamulih? Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apa saja permasalahan atau hambatan yang dihadapi oleh pelaku UMKM Teh Secang dan untuk mengetahui bagaimana penerapan strategi pengembangan pada pelaku UMKM tersebut.

Jenis penelitian ini adalah *field research*, dengan penelitian yang bersifat deskriptif analisis. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan data skunder. Dengan menggunakan metode pengumpulan data yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi.

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, diperoleh hasil penelitian yang menyatakan bahwa faktor-faktor yang melatarbelakangi penerapan strategi pengembangan UMKM pengrajin teh secang di Desa Sidamulih yaitu kemampuan sumber daya manusia yang terbatas, permasalahan teknologi, kemitraan yang belum terjalin dengan baik, modal yang terbatas, manajemen usaha yang rendah dan inovasi yang tidak didukung dengan kompetensi sumber daya manusia yang ada. Hasil penelitian menunjukkan bahwa alternative strategi yang dapat dilakukan UMKM Pengrajin Teh Secang di Desa Sidamulih yakni mengembangkan jalinan usaha, mengembangkan aspek permodalan serta meningkatkan kualitas produk dan kegiatan produksi.

**Kata Kunci :** *Strategi, Pengembangan UMKM Teh Secang.*

## **MSME MARKETING DEVELOPMENT STRATEGY**

**(Case Study on MSMEs of Secang Tea Crafts  
in Sidamulih Village, Banyumas Regency)**

**Mega Dita Pradana**

**NIM. 1717201159**

Email: megaditap@gmail.com

Department of Islamic Economics, Faculty of Islamic Economics and Business  
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

### **ABSTRACT**

MSMEs make a significant contribution to the country's economic development, because of their fairly rapid development and contribution to the welfare of the community. It's the same as the Secang Tea UMKM in Sidamulih Village which is a source of livelihood for some of the surrounding community. The development of MSMEs needs to be improved and the obstacles in their development need to be overcome so that MSMEs can continue to contribute to the community's economy. The formulation of the problem in this research is how are the factors behind the implementation of the marketing development strategy of SMEs for tea craftsmen in Sidamulih Village, Rawalo District, Banyumas Regency? How is the implementation of the marketing development strategy of SMEs for tea craftsmen in Sidamulih Village? The purpose of this research is to find out what are the problems or obstacles faced by the SMEs of Teh Secang and to find out how to implement development strategies for these SMEs. The purpose of this research is to find out what are the problems or obstacles faced by MSME actors, and to find out how to implement the development strategy for these MSME actors.

This type of research is field research, with descriptive analysis research. Sources of data used are primary data and secondary data. By using data collection methods, namely observation, interviews and documentation.

Based on the results of the analysis that has been carried out, the results of the study stated that the factors behind the implementation of the development strategy of SMEs for tea craftsmen in Sidamulih Village are limited human resource capabilities, technological problems, partnerships that have not been well established, limited capital, low business management and innovation that is not supported by the competence of existing human resources. The results of the study indicate that the alternative strategies that can be carried out by SMEs for Secang Tea Crafts in Sidamulih Village are developing business relationships, developing capital aspects and improving product quality and production activities.

**Keywords:** Strategy, Secang Tea MSME Development

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN PENULISAN .....	ii
PENGESAHAN.....	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING .....	iv
MOTTO .....	v
ABSTRAK .....	vi
ABSTRACT .....	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI .....	viii
PERSEMBAHAN.....	xi
KATA PENGANTAR .....	xii
DAFTAR ISI .....	xv
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR .....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix

### **BAB I : PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Definisi Operasional .....	8
C. Rumusan Masalah .....	10
D. Tujuan Penelitian .....	11
E. Manfaat Penelitian .....	11
F. Kajian Pustaka .....	12
G. Sistematika Pembahasan .....	20

### **BAB II : LANDASAN TEORI**

A. Ruang Lingkup Strategi Pengembangan UMKM .....	21
1. Pengertian Strategi Pengembangan UMKM .....	21
2. Upaya Pengembangan Usaha Mikro .....	27
3. Perencanaan Pengembangan Usaha Mikro .....	28
4. Tahapan Strategi Pengembangan .....	29
5. Pentingnya Strategi Pengembangan.....	32
B. Usaha Mikro Kecil Menengah.....	32
1. Pengertian UMKM.....	32
2. Peran UMKM dalam Perekonomian Nasional .....	33
3. Peran UMKM Berbasis Budaya Lokal.....	36
4. Klasifikasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah.....	41
5. Karakteristik Usaha Mikro Kecil dan Menengah .....	42
6. Keunggulan Usaha Mikro Kecil dan Menengah.....	43
7. Hambatan Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah .....	43
C. Usaha-Usaha Mikro Kecil dan Menengah dalam Perspektif Ekonomi Islam.....	44
1. Usaha Mikro dalam Perspektif Ekonomi Islam.....	44
2. Karakteristik UMKM dalam Perspektif Ekonomi Islam.....	45
3. Hambatan UMKM dalam Perspektif Ekonomi Islam .....	47

<b>BAB III : METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis Penelitian .....	50
B. Waktu dan Tempat Penelitian.....	50
C. Subjek dan Objek Penelitian.....	51
D. Sumber Data .....	51
E. Teknik Pengumpulan Data .....	52
F. Teknik Analisis Data .....	53
G. Uji Keabsahan Data .....	55

<b>BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	56
1. Sejarah Singkat Berdirinya UMKM Teh Secang di Desa Sidamulih Kecamatan Rawalo .....	56
2. Profil Pribadi Ibu Bukopinaring Wedhar Prihatin .....	57
3. Perkembangan UMKM Teh Secang di Desa Sidamulih Kecamatan Rawalo .....	57
4. Penghambat Perkembangan UMKM di Desa Sidamulih Kecamatan Rawalo .....	58
B. Faktor-Faktor yang Melatar Belakangi Penerapan Strategi Pengembangan UMKM Pengrajin Teh Secang di Desa Sidamulih Rawalo .....	63
C. Faktor yang Menghambat Pengembangan UMKM Teh Secang Menurut Perspektif Ekonomi Islam .....	70

<b>BAB V : PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan.....	79
B. Saran.....	80
C. Penutup.....	80

DAFTAR PUSTAKA  
LAMPIRAN-LAMPIRAN

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Pertumbuhan ekonomi sangat diperlukan di setiap negara, sebab adanya peningkatan pertumbuhan ekonomi menunjukkan kesejahteraan yang tercermin pada peningkatan *output* perkapita serta diikuti dengan daya beli masyarakat yang semakin meningkat. Melalui pertumbuhan ekonomi sebuah negara dapat mengubah kondisi perekonomiannya menjadi lebih baik dalam suatu periode tertentu. Pertumbuhan ekonomi ditandai dengan bertumbuhnya sektor ekonomi masyarakat. Hal ini dapat dilihat dari perkembangan pertumbuhan nasional. Perekonomian dikatakan mengalami pertumbuhan apabila jumlah balas jasa riil terhadap penggunaan faktor-faktor produksi pada tahun tertentu lebih besar dari tahun sebelumnya (Faozi, 2018).

Dalam Peraturan Pemerintah No. 17 tahun 2013 tentang pelaksanaan UU No. 20 tahun 2008 tentang Usaha, Mikro, Kecil, dan Menengah menyatakan bahwa pengembangan usaha dilakukan terhadap usaha mikro, usaha kecil dan usaha menengah. Pengembangan usaha dapat meliputi fasilitas dan pelaksanaan pengembangan usaha. Pemerintah pusat dan daerah memprioritaskan pengembangan usaha mikro, usaha kecil, dan menengah dengan berbagai cara. (PP No. 17 Tahun 2013, cara memberdayakan UMKM) Strategi yang bisa diterapkan untuk pengembangan UMKM menurut Susilo dan Krisnadewara, adalah berproduksi dengan fasilitas/peralatan terbatas, berproduksi dengan jumlah bahan baku terbatas, berproduksi dengan jumlah tenaga kerja terbatas, berproduksi dengan modal finansial terbatas, membuka *show-room/outlet*, melakukan usaha sampingan. Rekomendasi dari hasil kajian ini berkaitan dengan upaya percepatan pemulihan kembali untuk berusaha adalah dengan melakukan kegiatan produksi kembali yang menekankan pada tambahan modal. Dengan tambahan modal, maka berbagai keterbatasan dalam kegiatan produksi dapat diatasi, sehingga kegiatan produksi akan lebih lancar sehingga dapat meningkatkan pendapatan. (Susilo, 2011)

Pertumbuhan ekonomi sangat diperlukan oleh setiap negara sebab dengan adanya peningkatan pertumbuhan ekonomi dapat menunjukkan kesejahteraan yang tercermin pada peningkatan *output* perkapita serta diikuti dengan daya beli masyarakat yang meningkat. Pertumbuhan ekonomi ditandai dengan bertumbuhnya sektor ekonomi masyarakat contohnya dibidang industri. Salah satu sektor industri yang mengalami pertumbuhan cukup pesat adalah sektor makanan dan minuman. Banyaknya industri yang berkembang membuat perusahaan harus dapat mengikuti dan menghadapi perubahan yang terjadi baik itu dalam bidang ekonomi, teknologi, politik dan budaya. Setiap perusahaan memiliki strategi pengembangan yang berbeda dalam menghadapi perubahan. Jika perusahaan memiliki strategi yang tidak tepat maka akan mengakibatkan kesulitan bagi perusahaan tersebut dalam menghadapi tingginya tuntutan pelanggan. (Yunan, 2009 : 24)

Pertumbuhan ekonomi memerlukan periode jangka panjang. Negara akan mengalami perubahan yang sangat esensial terutama dalam struktur ekonomi negara tersebut. Perubahan itu merupakan perubahan dari ekonomi tradisional yang mengacu pada sektor pertanian ke sektor ekonomi modern yang didominasi oleh sektor industri sebagai mesin utama pembangunan. Perubahan struktur ekonomi mencakup pergeseran dari sektor pertanian ke sektor industri atau yang bisa disebut dengan industrialisasi. Proses pertumbuhan tersebut melingkupi struktur industri dari waktu ke waktu (dalam jangka panjang). Struktur ekonomi industri ditandai dengan semakin beragamnya jenis atau kelompok barang dilihat dari sifat penggunaannya, jenis kandungan inputnya atau orientasi pasarnya.

Peranan sektor industri dalam pembangunan ekonomi diberbagai negara sangat penting karena sektor industri memiliki beberapa keunggulan dalam hal akselerasi pembangunan. Keunggulan-keunggulan sektor industri tersebut diantaranya memberikan kontribusi bagi penyerapan tenaga kerja dan mampu menciptakan nilai tambah yang lebih tinggi pada berbagai komoditas yang dihasilkan. Salah satu pemegang peran penting dalam perekonomian Indonesia adalah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), biasanya

diikuti maupun ditinjau dari segi penciptaan lapangan kerja.pentingnya UMKM lebih dikaitkan dengan upaya pemerintah untuk mengatasi berbagai masalah ekonomi dan sosial, yaitu mampu menyediakan lapangan pekerjaan, pemberantasan kemiskinan, dan pemerataan pendapatan. UMKM di Indonesia digambarkan sebagai kegiatan usaha kecil baik disektor tradisional maupun modern.

Salah satu contoh perkembangan pertumbuhan di Indonesia yang berkontribusi andil untuk memajukan negara yaitu Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM). Usaha ini mempunyai peran yang sangat strategis dalam pembangunan ekonomi nasional, oleh karena itu selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan. Dalam krisis ekonomi yang terjadi di negara kita sejak beberapa tahun yang lalu, dimana banyak usaha berskala besar yang mengalami stagnasi bahkan berhenti aktifitasnya, sektor Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) terbukti lebih tangguh dalam menghadapi krisis tersebut (Budiatmo, 2011:1). Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Tahun 2008, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah suatu kegiatan usaha yang berperan memperluas lapangan pekerjaan, memberikan pelayanan ekonomi secara luas, ikut andil dalam peningkatan pendapatan masyarakat, dan mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Lalu, dalam krisis ekonomi yang terjadi di negara kita sejak beberapa tahun yang lalu, dimana banyak usaha berskala besar yang mengalami stagnasi bahkan berhenti aktifitasnya, namun sektor usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) terbukti lebih tangguh dalam menghadapi krisis tersebut.

Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) juga berkontribusi aktif untuk bisa mengembangkan suatu daerah/wilayah sehingga dapat meningkatkan usahanya serta meminimalisir angka suatu pengangguran di suatu daerah. Suatu usaha bisa dikatakan berkembang baik jika proses usahanya berjalan dengan lancar dengan memaksimalkan pekerja dalam suatu produktifitas yang di jalannya. Selain itu usaha kecil menengah juga perlu



lembaga/badan sertifikasi halal, bahkan di negara yang penduduk muslimnya minoritas pun telah memilikinya.

UMKM di Jawa Tengah merupakan bagian industri nasional yang memiliki peran besar terhadap perekonomian. UMKM (termasuk yang halal) di Jawa Tengah memiliki potensi yang cukup bagus untuk menghasilkan produk yang mempunyai kualitas dan siap bersaing dipasar global melalui produk yang memiliki keunggulan kompetitif yang bersertifikasi halal.

No.	Kab/Kota	Tenaga Kerja Laki-Laki	Tenaga Kerja Perempuan	Jumlah UMKM
1	Kabupaten Banjarnegara	3543	245	2862
2	Kabupaten Banyumas	2209	409	8534
3	Kabupaten Batang	1295	369	886
4	Kabupaten Blora	1605	594	3489
5	Kabupaten Boyolali	1188	211	940
6	Kabupaten Brebes	2043	281	8376
7	Kabupaten Cilacap	1887	309	2095
8	Kabupaten Demak	14432	252	13010
9	Kabupaten Grobogan	1297	246	2065
10	Kabupaten Jepara	3300	331	1910
Total		135222	43882	141509

**Gambar 1.2 Data UMKM per Kabupaten di Jawa Tengah**

Salah satu kabupaten yang memiliki pertumbuhan UMKM yang cukup pesat adalah kabupaten Banyumas. Pertumbuhan UMKM di Banyumas mencapai 25 % per tahun. Usaha Mikro Kecil Menengah di Banyumas berpotensi untuk berkembang karena terdapat beberapa faktor yang mendorong kemajuan UMKM. Faktor tersebut berasal dari dalam dan dari luar. Faktor dari dalam diantaranya adanya kemauan dari pihak UMKM untuk berkembang, kemauan untuk belajar, dan keinginan untuk unggul. Sedangkan faktor eksternal yang memicu perkembangan UMKM diantaranya adalah kemudahan akses kredit, perkembangan perekonomian, dan kemajuan teknologi (Handrimurtjahjo, Agustinus Dedy, 2014). Tidak semua UMKM mampu berkembang seiring perkembangan teknologi. Kendala UMKM

dalam upaya peningkatan kemampuan usahanya sangat kompleks dan berkaitan satu sama lainnya; kurangnya permodalan, masih lemahnya kemampuan manajerial dan kurangnya keterampilan dalam mengorganisir dan terbatasnya akses pemasaran (Yuli, 2017).

Kendala yang paling dominan dihadapi oleh para UMKM di Indonesia adalah faktor pembiayaan dan marketing. Sebanyak 17.50 % UMKM mendapat modal dari bank, dan 82.50 % ke lembaga Nonbank seperti Koperasi Simpan Pinjam perorangan, meminjam keluarga, modal ventura dan lain-lain (Sri Maulida, 2018). Permasalahan yang biasa dihadapi oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dan sekaligus menjadi kelemahannya adalah keterbatasan permodalan usaha yang dijalankan, tata kelola manajemen Sumber Daya Manusia (SDM) yang belum memadai, penguasaan teknologi terbatas, bahan baku terbatas, dan kesulitan pemasaran (Sulistia Teguh, 2012).

Berdasarkan survey lapangan yang dilakukan oleh peneliti pada pengrajin teh secang di Desa Sidamulih Kecamatan Rawalo merupakan kerajinan yang belum lama berdiri sejak Tanggal 4 Februari 2019 Sidamulih RT 03 RW 02 yang didirikan oleh Ibu Bukopinaring Wedhar Prihatin. Beliau adalah pencetus pengrajin teh secang di Desa Sidamulih yang cara pembuatannya masih menggunakan alat dan teknik tradisional. Teh secang merupakan minuman khas masyarakat Sumatra Selatan yang bahan utamanya dibuat dari serutan atau potongan kayu secang (batang secang). Manfaat kayu secang sebagai salah satu obat tradisional sudah dikenal secara luas oleh masyarakat Indonesia. Tanaman yang kerap dikonsumsi sebagai teh herbal atau jamu ini tidak hanya dapat menghangatkan tubuh, tetapi juga memiliki banyak manfaat bagi kesehatan.

Kayu secang (*caesalpinia sappan*) sudah lama diolah sebagai bahan minuman herbal yang biasa dicampur dengan aneka rempah atau dikenal dengan sebutan wedang uwuh. Batang kayu secang terlebih dahulu diserut dan dijemur agar dapat digunakan sebagai bahan minuman yang kaya manfaat bagi kesehatan.

UMKM ini sempat mengalami perkembangan yang baik dalam segi penjualan saat adanya pandemi covid-19. Para ahli kesehatan mengatakan bahwa wedang rempah salah satunya terbuat dari teh secang memiliki manfaat yang baik bagi daya tahan tubuh sehingga berpotensi untuk menangkal virus masuk kedalam tubuh manusia. Penjualan meningkat drastis pada saat itu dan memberikan angin segar terhadap pelaku usaha teh secang khususnya di Desa Sidamulih. Hal ini dapat dimanfaatkan oleh Ibu Bukopinaring Wedhar Prihatin sebagai peluang usaha yang cukup menjanjikan. Namun peningkatan penjualan tidak bertahan cukup lama yang menjadikan UMKM ini butuh strategi agar pemasaran mengalami peningkatan kembali. Salah satu strategi yang digunakan oleh pelaku usaha UMKM teh secang di desa Sidamulih adalah pasar yang bisa dimasuki.

Banyak faktor yang mendasari segmentasi pasar sebuah produk, pada industri ini mengklasifikasikan segmen pasar berdasarkan tingkat pendapatan, kebutuhan konsumen, maka pelaku UMKM teh secang dalam mempromosikan hasil produksinya menggunakan 2 cara yaitu secara *offline* dan *online*. Cara *offline* yang dilakukan yaitu dengan menitipkan hasil produksinya ke penjual di pasar-pasar tradisional dan ada beberapa yang dititipkan ke warung-warung warga. Sedangkan cara *online* yaitu dengan menggunakan media sosial seperti facebook, whatsapp, instagram, shoope, bukalapak dan tokopedia.

Alasan Ibu Bukopinaring Wedhar Prihatin memilih olahan secang sebagai komoditi karena olahan secang yang mempunyai banyak manfaat sebagai kesehatan bagi tubuh dan tidak adanya pengrajin secang di Desa Sidamulih menjadi faktor beliau untuk mendirikan UMKM secang. Beliau memiliki 5 karyawan dalam proses produksi dan pemasaran dengan tugasnya masing-masing. Saat ini produksi secang masih sulit untuk berkembang, dari survey pendahuluan terdapat beberapa masalah mendasar yang menyebabkan industri kecil secang sulit berkembang antara lain masih rendahnya kualitas SDM, dalam manajemennya tidak ada pembukuan dalam usaha, permasalahan

dalam permodalan juga merupakan salah satu masalah yang dihadapi oleh pengrajin secang karna modal yang dimiliki relatif kecil.

Disisi lain juga para pelaku usaha masih sulit mendapatkan pinjaman modal sehingga untuk mengembangkan usahanya masih mengalami beberapa kesulitan. Dalam bidang pemasaran juga masih tradisional yaitu para pembeli datang langsung ke pengolahan pabrik secang. Proses produksi biasanya didasarkan dengan jumlah pesanan yang ada, hal ini juga merugikan pengusaha karna kebanyakan pembeli yang datang adalah para tengkulak yang akan menjual barang tersebut dengan harga yang lebih mahal.

Dari latar belakang masalah diatas penting untuk dapat diteliti karena produksi teh secang yang tidak stabil, tidak sepenuhnya manajemen yang dilaksanakan, semua alat produksi masih menggunakan alat dan teknik yang tradisional sehingga penulis tertarik untuk meneliti permasalahan tersebut menjadi sebuah penelitian yang berjudul **Strategi Pengembangan Pemasaran UMKM (Studi Kasus pada UMKM Pengrajin Teh Secang di Desa Sidamulih Kecamatan Kabupaten Banyumas)**.

## **B. Definisi Operasional**

### **1. Strategi Pengembangan**

Menurut Umar Husen, strategi merupakan tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan. Dengan demikian, strategi hampir selalu dimulai dari apa yang dapat terjadi bukan dimulai dari apa yang terjadi. Terjadinya kecepatan inovasi pasar yang baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti (*core competencies*). Perusahaan perlu mencari kompetensi inti di dalam bisnis yang dilakukan (Umar, 2001 : 31).

Dalam teori manajemen organisasi didefinisikan sebagai pengembangan keorganisasian yang meliputi serangkaian tindakan manajemen puncak suatu organisasi, dengan partisipasi para anggota keorganisasian, guna melaksanakan proses perubahan dan pengembangan dalam organisasi yang bersangkutan, hingga dari kondisi yang sedang

berlaku sekarang, melalui proses yang berlangsung dalam waktu, dapat dilaksanakan aneka macam perubahan, hingga pada akhirnya dicapai kondisi yang lebih memuaskan dan lebih sesuai dengan tuntutan lingkungan (Winardi, 2015 : 140).

## 2. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

Dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Pengertian Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) sebagai berikut :

### a. Usaha Mikro

adalah usaha produktif milik orang perorangan atau usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-undang ini.

Memiliki karyawan dengan jumlah kurang dari 10 orang. Kekayaan bersih/aset maksimal Rp 50 juta, dengan omset maksimal Rp 300 juta.

### b. Usaha Kecil

Adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-undang ini.

Memiliki karyawan dengan jumlah kurang dari 30 orang. Pendapatan bersih/aset lebih dari Rp 50 juta – Rp 500 juta, dengan jumlah omset lebih dari Rp 300 juta – Rp 2,5 milyar.

### c. Usaha Menengah

Adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh seorang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih

atau hasil penjualan tahunan sebagai mana di atur dalam undang-undang ini (UU No 20, 2008 : 16).

Memiliki karyawan dengan maksimal jumlah 300 orang.  
Memiliki kekayaan bersih/asset lebih dari Rp 500 juta sampai dengan Rp 10 milyar, dengan omset lebih dari Rp 2.5 milyar – Rp 50 milyar.

### 3. Pengrajin Teh Secang

Pengrajin teh secang di Desa Sidamulih Kecamatan Rawalo merupakan kerajinan yang belum lama berdiri sejak Tanggal 4 Februari 2019 Sidamulih RT 03 RW 02 yang didirikan oleh Ibu Buko Pining Wedhar Prihatin. Beliau adalah pencetus pengrajin teh secang di Desa Sidamulih yang cara pembuatannya masih menggunakan alat dan teknik tradisional. Teh secang merupakan minuman khas masyarakat Sumatra Selatan yang bahan utamanya dibuat dari serutan atau potongan kayu secang (batang secang). Manfaat kayu secang sebagai salah satu obat tradisional sudah dikenal secara luas oleh masyarakat Indonesia. Tanaman yang kerap dikonsumsi sebagai teh herbal atau jamu ini tidak hanya dapat menghangatkan tubuh, tetapi juga memiliki banyak manfaat bagi kesehatan.

Kayu secang (*caesalpinia sappan*) sudah lama diolah sebagai bahan minuman herbal yang biasa dicampur dengan aneka rempah atau dikenal dengan sebutan wedang uwuh. Batang kayu secang terlebih dahulu diserut dan dijemur agar dapat digunakan sebagai bahan minuman yang kaya manfaat bagi kesehatan.

### C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka yang akan menjadi rumusan masalahnya ialah:

1. Bagaimana faktor-faktor yang melatarbelakangi penerapan strategi pengembangan pemasaran UMKM pengrajin teh secang di Desa Sidamulih Kecamatan Rawalo Kabupaten Banyumas?

2. Bagaimana penerapan strategi pengembangan pemasaran pada UMKM pengrajin teh secang di Desa Sidamulih Kecamatan Rawalo Kabupaten Banyumas?

#### **D. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dalam penelitian UMKM teh secang di Desa Sidamulih Rawalo ini adalah :

1. Untuk mengetahui faktor-faktor yang melatar belakangi penerapan strategi UMKM di Desa Sidamulih dalam upaya mengembangkan produksi pengrajin teh secang.
2. Untuk mengetahui penerapan strategi pengembangan pemasaran pada UMKM Pengrajin Teh Secang di Desa Sidamulih.

#### **E. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian UMKM teh secang di Desa Sidamulih di Desa Sidamulih Rawalo dijabarkan sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan untuk pengembangan Ilmu pengetahuan yang terkait dengan teori yang digunakan dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis mengenai Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM).

2. Manfaat Praktis

Penulis berharap penelitian ini dapat dijadikan sebagai manfaat yang akan diperoleh oleh pihak-pihak terkait seperti:

- a. Pengrajin teh secang

Agar para pengrajin teh secang lebih rinci dalam setiap manajemennya dan lebih mengetahui tentang pemasarannya.

- b. Masyarakat

Supaya masyarakat khususnya para konsumen dapat mengetahui kasiat dan manfaat teh secang untuk kesehatan.

- c. Dan dinas terkait

Agar lebih memperhatikan dan dapat membantu dalam pengembangan UMKM di Desa-desa khususnya di Desa Sidamulih.

d. Bagi UMKM

Penulis berharap perusahaan dapat memberikan masukan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan kebijakan yang berhubungan dengan Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM).

**F. Kajian Pustaka**

1. Telaah Pustaka

Kajian pustaka merupakan suatu uraian yang sistematis tentang keterangan yang telah dikumpulkan dari pustaka-pustaka yang berhubungan dengan penelitian dan mendukung betapa pentingnya penelitian ini dilakukan. Untuk itu, dikemukakan teori-teori yang relevan dengan masalah peneliti sebagai berikut:

Tabel I.I

No	Judul Penelitian	Hasil	Persamaan	Perbedaan
1.	Ayie Eva Yuliana ,Dalam skripsinya yang berjudul “ Strategi Pengembangan Industri Kecil Kerajinan Genteng Di Kabupaten Kebumen”	Diketahui bahwa identifikasi lingkungan internal pada industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen, didapatkan kekuatan utamanya adalah produk memiliki ciri khas dengan kualitas produknya dan kelemahan utamanya adalah sulitnya menambah modal kerja untuk pengembangan	Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama mengacu pada strategi pengembangan terhadap UMKM	Perbedaan dalam penelitian ini yaitu penelitian yang dilakukan oleh Ayie Eva Yuliana melakukan study terhadap UMKM genteng sedangkan penelitian yang dilakukan oleh penulis teh secang.

		usaha.		
2.	Mira Nurmaghribah (2006), dalam skripsinya yang berjudul “(Strategi Pengembangan Usaha (Studi Kasus Pada Diana Bakery Kota Bekasi, Jawa Barat)”.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Strategi yang digunakan oleh Diana Bakery adalah <i>a focus or market niche strategy bases on lower cost</i> strategi ini memfokuskan pada penyediaan produk dan jasa untuk memenuhi pasar yang sempit dengan harga yang lebih rendah dari pada pesaing, merupakan pendekatan yang ampuh untuk penjualan produk dengan target pasar konsumen hanya dari lapisan masyarakat menengah.	Persamaan dalam penelitian ini yaitu terletak pada strategi pengembangan	Perbedaanya yaitu terletak pada pelaku usaha, pada penelitian yang dilakukan oleh Mira Nurmaghribah terletak pada jenis usaha yang cukup besar sedangkan penelitian penulis terhadap UMKM.
3.	Heru Susanto, (2016), Dalam skripsinya yang berjudul “Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan	Strategi yang digunakan pada pengembangan UMKM pelaku ekonomi kreatif	Persamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama meneliti dengan strategi pengembang	Perbedaan dalam penelitian ini adalah terletak pada jenis UMKM yang dikembangkan .

	Menengah (UMKM) Pelaku Ekonomi Kreatif Subsektor Kerajinan Dan Fesyen Di Daerah Istimewa Yogyakarta”	subsector kerajinan dan fesyen meliputi: a. Peningkatan kreativitas SDM untuk menghasilkan produk sesuai permintaan pasar, b. Mencari bahan baku yang berkualitas dan harganya terjangkau serta mampu menciptakan kreativitas yang baru, c. Meningkatkan kreativitas, efisiensi baik produksi maupun pemasaran.	n terhadap UMKM.	
4.	Alyas dan Muhammad Rakib, jurnal “Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dalam Penguatan Ekonomi Kerakyatan (Studi Kasus pada Usaha Roti Maros di Kabupaten Maros”. Dalam jurnal “Sosiohumaniora , Volume 19 No. 2 Juli 2017 : 114	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dalam penguatan ekonomi kerakyatan pada Usaha Roti Maros di Kabupaten Maros. Pendekatan yang	Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama menggunakan strategi pengembangan dalam upaya memajukan UMKM.	Penelitian yang dilakukan oleh Alyas dan Muhammad Rakib menggunakan analisis SWOT sebagai metode penelitiannya.

	- 120”	digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Subjek penelitian yaitu pemilik usaha Roti Maros di Kabupaten Maros. Adapun teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis kualitatif dan analisis SWOT.		
5	Mujib & Mastur Jurnal “Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Banyumas”. Dalam Jurnal Seminar Nasional UMP 2020.	Hasil penelitian menunjukkan Aspek yang menjadi prioritas dalam pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di Banyumas yaitu aspek kewirausahaan . Berdasarkan hasil ANP, maka diperoleh prioritas alternatif strategi yang digunakan untuk memecahkan	Mengetahui permasalahan serta solusi dalam pengembangan UMKM serta strategi pengembangan UMKM untuk mencapai daya saing yang tinggi.	Penelitian yang dilakukan dalam jurnal ini menggunakan metode ANP (Analytical Network Process).

		permasalahan yang ada yaitu Strategi peningkatan kualitas dan kuantitas produk.		
6	Arif Pujiyono, dkk jurnal “Strategi Pengembangan Umkm Halal Di Jawa Tengah Dalam Menghadapi Persaingan Global” dalam Jurnal IJH	Strategi utama UMKM halal agar dapat menghadapi persaingan global adalah dengan cara meningkatkan sertifikasi UMKM halal, meningkatkan kualifikasi SDM UMKM halal, penggunaan teknologi modern dan tepat guna untuk memenuhi standar produk UMKM halal, memperkuat keterkaitan dengan industri (hilirisasi), diversifikasi produk UMKM halal, meningkatkan peran lembaga keagamaan dan pendidikan untuk literasi produk UMKM halal kepada	Persamaan penelitian yang dilakukan adalah sama-sama meneliti bagaimana strategi perkembangan pada UMKM.	Metode yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif melalui kuesioner terstruktur, indepth interview, focus group discussion (FGD) dengan tokoh kunci (key persons) dan analisis strenghts, weaknesses, oppotunities, dan threats (SWOT).

		masyarakat muslim, meningkatkan peran fintech untuk pembiayaan dan sertifikasi produk UMKM halal beserta pemasarannya, membangun sinergi dengan institusi terkait untuk inovasi produk UMKM halal, meningkatkan branding produk UMKM halal melalui media teknologi dan informasi, serta memperkuat kajian fikih untuk menghasilkan produk UMKM halal.		
--	--	---	--	--

Ayie Eva Yuliana (2013), Dalam skripsinya yang berjudul “Strategi Pengembangan Industri Kecil Kerajinan Genteng Di Kabupaten Kebumen” diketahui bahwa identifikasi lingkungan internal pada industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen, didapatkan kekuatan utamanya adalah produk memiliki ciri khas dengan kualitas produknya dan kelemahan utamanya adalah sulitnya menambah modal kerja untuk pengembangan usaha. Berdasarkan hasil analisis dan identifikasi lingkungan eksternal pada industry kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen, maka didapatkan peluang utamanya adalah perkembangan

teknologi yang semakin modern dan ancaman utamanya adalah regenerasi tenaga kerja produktif sulit (Yuliana, 2013 : 87).

Mira Nurmaghribah (2006), dalam skripsinya yang berjudul “(Strategi Pengembangan Usaha (Studi Kasus Pada Diana Bakery Kota Bekasi, Jawa Barat)” Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Strategi yang digunakan oleh Diana Bakery adalah *a focus or market niche strategy bases on lower cost* strategi ini memfokuskan pada penyediaan produk dan jasa untuk memenuhi pasar yang sempit dengan harga yang lebih rendah dari pada pesaing, merupakan pendekatan yang ampuh untuk penjualan produk dengan target pasar konsumen hanya dari lapisan masyarakat menengah (Nurmaghribah, 2006 : 105).

Heru Susanto, (2016), Dalam skripsinya yang berjudul “Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Pelaku Ekonomi Kreatif Subsektor Kerajinan Dan Fesyen Di Daerah Istimewa Yogyakarta” Strategi yang digunakan pada pengembangan UMKM pelaku ekonomi kreatif subsector kerajinan dan fesyen meliputi: a. Peningkatan kreativitas SDM untuk menghasilkan produk sesuai permintaan pasar, b. Mencari bahan baku yang berkualitas dan harganya terjangkau serta mampu menciptakan kreativitas yang baru, c. Meningkatkan kreativitas, efisiensi baik produksi maupun pemasaran (Susanto, 2016 : 103).

Yang berikutnya, yaitu jurnal tentang “Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dalam Penguatan Ekonomi Kerakyatan (Studi Kasus pada Usaha Roti Maros di Kabupaten Maros). Jurnal ini menjelaskan tentang penelitian yang bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dalam penguatan ekonomi kerakyatan pada Usaha Roti Maros di Kabupaten Maros. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pengembangan usaha kecil dalam penguatan ekonomi kerakyatan pada usaha Roti Maros di Kabupaten Maros yang dapat digunakan yaitu pengembangan pasar dan produk, serta penetrasi pasar secara intensif dengan meningkatkan promosi, kualitas, serta inovasi produk Roti Maros. (Alyas, 2017)

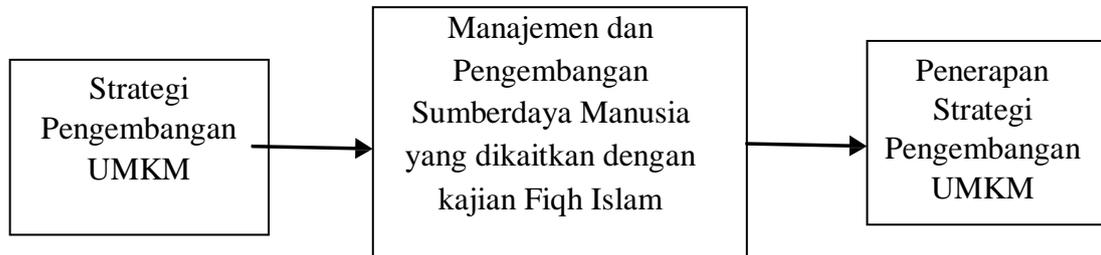
Selanjutnya, jurnal seminar nasional tentang “Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Banyumas. Dalam jurnal seminar nasional ini menjelaskan mengenai strategi pengembangan UMKM untuk mencapai daya saing yang tinggi dengan menggunakan teknik ANP (Analytical Network Process). (Mujib, 2020).

## 2. Kerangka Teori

Kerangka teoritis adalah identifikasi teori-teori yang dijadikan sebagai landasan berpikir untuk melaksanakan suatu penelitian atau dengan kata lain untuk mendiskripsikan kerangka referensi atau teori yang digunakan untuk mengkaji permasalahan.

Berdasarkan teori diatas, maka dapat digambarkan kerangka teori dalam penelitian ini sebagai berikut:

Hubungan strategi pengembangan UMKM terhadap hasil dari strategi pengembangan UMKM yang diterapkan pada UMKM Teh Secang



di Desa Sidamulih Kecamatan Rawalo Kabupaten Banyumas sesuai dengan teori manajemen dan pengembangan sumber daya manusia serta dikaitkan dengan kajian fiqh islam sebagaimana yang telah dianjurkan pada Al-Quran dan Hadits. Strategi pengembangan menjadi sangat penting guna menghasilkan produksi teh secang yang berkualitas serta mampu bersaing di pasaran. Strategi pengembangan yang dilakukan oleh UMKM teh secang masih mengalami berbagai masalah, oleh karena itu perlu diketahui faktor pengembangan serta penerapan dalam strategi pengembangan UMKM tersebut.

## **G. Sistematika Pembahasan**

Sistematika pembahasan skripsi ini dibagi menjadi 5 (lima) bab, yakni sebagai berikut:

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Berisi tentang pendahuluan yang menguraikan latar belakang masalah, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II : LANDASAN TEORI**

Berisi tentang teori-teori dan hal-hal yang membahas tentang kajian teori strategi pengembangan UMKM pengrajin teh secang di Desa Sidamulih Kecamatan Rawalo Kabupaten Banyumas.

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Berisi tentang metode penelitian yang meliputi pendekatan penelitian dan jenis penelitian, subyek dan obyek penelitian, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

### **BAB IV : PEMBAHASAN**

Memuat laporan hasil penelitian tentang penyajian dan analisis data yang meliputi segala proses tentang strategi pengembangan UMKM pengrajin teh secang di Desa Sidamulih Kecamatan Rawalo Kabupaten Banyumas.

### **BAB V : PENUTUP**

Penutup, dalam bab ini akan disajikan kesimpulan, saran-saran yang merupakan rangkaian dari keseluruhan hasil penelitian secara singkat.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Pada bagian kesimpulan ini akan ditulis jawaban dari rumusan masalah yang telah ditentukan dalam bab pertama. Oleh sebab itu, dari penelitian dan pemaparan yang telah ditulis pada bab-bab sebelumnya, peneliti mengambil kesimpulan, sebagai berikut yaitu:

1. UMKM Teh Secang di Desa Sidamulih Kabupaten Banyumas memiliki potensi untuk terus berkembang. Dari hasil wawancara dan observasi langsung kepada salah satu pelaku UMKM dengan melihat secara langsung kondisi lingkungan usaha para pelaku UMKM masih bisa mengatasi hambatan-hambatan yang saat ini dihadapi, terutama menjalin kerja sama/kemitraan dengan pihak-pihak terkait agar jaringan usaha bisa lebih luas, mendapatkan mitra yang tepat dan juga sama-sama kompeten, akses permodalan jadi lebih mudah, pinjaman dengan bunga yang rendah, dan bantuan dari pemerintah baik modal berupa finansial maupun non finansial. Selain itu perekrutan tenaga kerja di luar lingkungan sentra UMKM diperlukan untuk mendapatkan tenaga kerja yang kompeten dan memiliki nilai integritas tinggi, sehingga dapat mengadopsi teknologi yang bisa meningkatkan kualitas produk dan kegiatan produksi menjadi lebih efisien. Terkelolanya strategi pemasaran dengan diterapkannya manajemen dalam kegiatan UMKM tersebut, dengan dibekali pelatihan terkait peran pentingnya manajemen dan didukung sumber daya yang berpengalaman dan memiliki ilmu pengetahuan dibidang manajemen bisnis sehingga perusahaan dapat terkelola dan berkembang dengan baik. Serta sumber daya manusia yang memiliki kompetensi untuk menciptakan/menemukan gagasan baru, berinovasi agar produk dan tempat usaha menjadi lebih menarik, dan memiliki daya saing yang tinggi.
2. Tinjauan Hambatan Pengembangan UMKM dalam perspektif ekonomi Islam pada Sentra UMKM Teh Secang di Desa Sidamulih Kecamatan

Rawalo, pengadaan sumber daya insani yang memiliki kematangan integritas dan kompetensi memang bisa menjadi kemajuan bagi usaha tetapi dari hasil penelitian cukup sulit bagi pelaku UMKM untuk menemukan sumber daya insani yang memenuhi kriteria tersebut, selanjutnya pengadopsian teknologi yang canggih sangat dianjurkan dalam Islam guna meningkatkan kualitas produk tetapi hal ini menjadi penghambat ketika tidak didukung dengan kualitas sumber daya insani yang rendah dan juga ketersediaan modal yang terbatas, dalam perspektif ekonomi Islam bermitra/bekerja sama dalam mengembangkan usaha dianjurkan karena tergolong dalam kegiatan saling tolong menolong dalam kebaikan dengan tujuan mendapatkan keuntungan yang berlipat ganda atau dalam ekonomi Islam disebut dengan *falah*, keuntungan di dunia dan akhirat.

## **B. Saran-saran**

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh, maka penulis mengajukan saran sebagai berikut:

1. Melihat potensi dan kontribusi yang dimiliki Sentra UMKM teh secang di Desa Sidamulih, disarankan kepada Pemerintah serta Badan Usaha Milik Negara/Daerah untuk memberikan solusi terhadap permasalahan hambatan yang di hadapi para pelaku UMKM dan melakukan kembali pembinaan serta memfasilitasi kegiatan para pelaku UMKM dan mempromosikan produk-produk lokal Sentra UMKM sehingga mereka dapat terus bertahan dan mengembangkan usahanya.
2. Untuk para pengrajin usaha teh secang diharapkan agar dapat mengerti arti pentingnya manajemen dalam sebuah usaha, dan dapat memproduksi teh secang atau olahan aneka oleh-oleh berbahan baku secang yang lebih inovatif, dengan ciri khas dari masing-masing pelaku UMKM.

## **C. Penutup**

Dengan memanjatkan rasa syukur yang tiada batasan kepada Alloh Swt, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penulisan ini. Penulis

mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu dalam proses penulisan ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan ini masih terdapat banyak kesalahan yang belum sempat diperbaiki oleh penulis. Oleh karena itu, penulis mohon maaf atas segala kesalahan yang ada dalam penulisan ini dan senantiasa mengharapkan kritik dan saran dari pembaca yang membangun, agar dapat meningkatkan kualitas keilmuan, wawasan dan pengetahuan penulis.

Semoga skripsi yang penulis buat ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca, dan semoga Allah Swt selalu memberikan ilmu yang bermanfaat dan barokah bagi penulis. Aamiin.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, Tri Siwi. 2015. *Kewirausahaan Teori dan Penerapan pada Wirausaha dan UMKM di Indonesia*. Jakarta: Mitra Wacana Media
- Alfi Amalia, Wahyu Hidayat, Agung Budiarmo, 2011. *Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pada Ukm Batik Semarang Dikota Semarang*”, Dalam *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis*, Dalam [ejournal3.undip.ac.id](http://ejournal3.undip.ac.id)
- Aminudin Aziz, Fathul, 2012. *Manajemen dalam perspektif islam*. Majenang, Pustaka EL Bayan.
- Anoraga dan Sudantoko, 2002. *Koperasi, Kewirausahaan, dan Usaha Kecil*. Jakarta: Rineka Cipta
- Anoraga, Pandji, 2010. *Ekonomi Islam Kajian Makro dan Mikro*, Yogyakarta: PT. Dwi Chandra Wacana.
- Anwar, Arifin. 1984. *Strategi Komunikasi*. Bandung: Armico.
- Arif Pujiyono, Ro’fah Setyowati, Idris, 2011. *Strategi Pengembangan Umkm Halal Di Jawa Tengah Dalam Menghadapi Persaingan Global*, Dalam *Indonesian Journal of Halal* ISSN:2623-162X
- Arikunto, S. 2013. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi Revisi. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Arikunto, Simi Suhar. 2000. *Manajemen Penemitan Edisi Baru*. Yogyakarta : Rineka Cipta.
- Ayie Eva Yuliana, 2013. “*Strategi Pengembangan Industri Kecil Kerajinan Genteng Di Kabupaten Kebumen*” Skripsi, Yogyakarta: UNES Universitas Negeri Semarang.
- Badan Pusat Statistik Nasional 2017
- Beik, Irfan Syauqi, et. Al., 2016. *Ekonomi Pembangunan Syariah*, Edisi I, Jakarta: Rajawali Pers.
- Budiarto, Rachmawan. 2015. *Pengembangan UMKM: Antara Konseptual dan Pengalaman Praktis*. Gadjah Mada University Press : Yogyakarta.
- Borzooei, M. and Asgari, M., 2013. *The Halal brand personality and its effect on purchase intention*’, *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, Vol.5. No. 3.

- Dirlanudin, 2008. *Paradigma Baru Pengembangan Usaha Kecil*. Jurnal Ilmiah Niagara 1, No. 2.
- Fauzia, Ika Yunia dan Riyadi, Abdul Kadir, 2014. *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid Al-syari'ah*, Jakarta: Kencana.
- Hamid, E.S. & Susilo, Y. S. (2011), *Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta*. Jurnal Ekonomi Pembangunan: Kajian Masalah Ekonomi dan Pembangunan Vol. 12. No. 1.
- Heru Susanto, 2016. "*Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Pelaku Ekonomi Kreatif Subsektor Kerajinan Dan Fesyen Di Daerah Istimewa Yogyakarta*", Skripsi, Yogyakarta: Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Husein Umar, 2001. *Strategic Management in Action: Konsep, Teori dan Teknik Menganalisis Manajemen Strategis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Idri, 2015. *Hadits Ekonomi (Ekonomi dalam perspektif Hadis Nabi)*, Jakarta: Kencana.
- Ikhsani, Mastur Majib dan Slamet Eko Budi Santoso, 2020. "*Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Banyumas*", Dalam *Jurnal Semnas LPPM Universitas Muhammadiyah Purwokerto*, Dalam ejournal LPPM UMP ISBN: 978-602-6697-66-0
- Indrawijaya, Adam 1989. *perubahan dan pengembangan Organisasi*, Bandung, Sinar Baru.
- Irviani, R., & Fauzi, 2018. *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- J. Winardi, 2015. *Manajemen Perubahan (The Management Of Change) Edisi Pertama*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- Kuncoro, Mudrajad.2007. *Metode Kuantitatif: Teori dan Aplikasi Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia, Bank Indonesia, 2015. *Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM)*, Jakarta.
- Lexy J Moleong, 2005. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

- Maulida Merdekawati, Elza, 2018. *“Potensi Dan Kontribusi UMKM Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam”*, Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Intan, Lampung
- Mira Nurmaghribah, 2006. *“Strategi Pengembangan Usaha (Studi Kasus Pada Diana Bakery Kota Bekasi, Jawa Barat)”*, Skripsi. Jakarta : UIN Syarif Hidayatulloh Jakarta.
- Muchji, M., & Priyono B. S. (2004). *Pengaruh Gaya Kepemimpinan Transaksional terhadap Kinerja Karyawan yang Dimoderasi Gaya Kepemimpinan Transformasional*. Telaah Managemen, Vol.1 2.
- Murdifin Haming dan Mahfud Nurnajamuddin. 2014. *Manajemen Produksi Modern, Operasi Manufaktur dan Jasa, Buku Kesatu*, Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Partomo, Tiktik Sartika dan Soejoedono, Abd.Rachman, 2004. *Ekonomi Skala Kecil/Menengah dan Koperasi*, Jakarta:Ghalia Indonesia.
- Purnomo, Setiawan Hari dan Zulkieflimansyah, 1999. *Manajemen Strategi : Sebuah Konsep Pengantar*. Jakarta: Fakultas Ekonomi UI.
- Rangkuti, Freddy. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Reslawati, Ade, 2011. *“Pengaruh Perkembangan Usaha Kecil Menengah Terhadap pertumbuhan Ekonomi Pada Sektor UKM Indonesia”*, Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta.
- Sochimim. 2016. *Kewirausahaan: Teori Aplikatif dan Praktik*. Purwokerto: STAIN Press.
- Solihin, Ismail. 2012. *Manajemen Strategik*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Sulistia Teg., 2012. *Perlindungan Hukum dan Pemberdayaan Pengusaha Kecil dalam Ekonomi Pasar Bebas*, Hukum Bisnis Volume 27 Nomor 1 Tahun 2008. Bandingkan dengan Mulyadi Nitisusastro, *Kewirausahaan dan Manajeemen Usaha Kecil*, Cet. II Bandung: Alfabeta.
- Suci, Yuli Rahmini. 2017. *Perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di Indonesia*. Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos, Vol. 6 No. 1 hal 52 Januari 2017.

- Sugiyono, 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D*. Bandung: CV Alfabeta
- Suhar Simi, Arikunto, 1998. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Sukirno, Sadono et al., 2004. *Pengantar Bisnis*, Jakarta: Penamedia.
- Suryana, Yuyus dan Bayu, Kartib, 2010. *Kewirausahaan Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses*, Edisi Kedua, Jakarta: Kencana.
- Susilo, S.Y., Krisnadewa, P.d., dan soeroso, A., 2008. *Masalah dan Kinerja Industri Kecil Pascagempa : Kasus di Kabupaten Klaten(Jteng) dan Kabupaten Bantul (DIY)*. Jurnal Akutansi Bisnis dan Manajemen , Vol. 15 No. 2.
- Susilo, Sri dan Krisnadewa, P Didit, 2007, *Strategi Bertahan Industri Pasca Gempa Bumi di Yogyakarta*, Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol. 9.
- Syahwil Muhammad, 2013. *Panduan Mudah Simulasi dan Praktik: Mikrokontroler Arduino*. Yogyakarta: Andi Publisher.
- Syarifuddin, Amir, 2010. *Garis-Garis Besar Fiqh*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 *Tentang Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)*, <https://www.slideshare.net/.../kriteria-usaha-mikro-kecil-dan-meneng>.
- Undang-Undang Republik Indonesia No.20 tentang UMKM, Pasal (1) Tahun 2008.
- Wilantara, R. F., & Susilawati. (2016). *Strategi Dan Kebijakan Pengembangan UMKM*. Bandung: Refika Aditama
- Yunan. 2009. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pertumbuhan Ekonomi Indonesia*. *Journal Master Theses Economy Development*. (Universitas Sumatera Utara). <http://repository.usu.ac.id/handle/123456789/7200>. Diakses 14-04- 2021.